

平成27年8月4日

研修報告書

松戸市議会議員

大塚 健児

研修:人口減少社会を勝ち抜くためのシティセールス活動

主催:戸田市政策秘書室長 梶山浩氏

日時:平成27年8月4日(火) 13時半～15時半

場所:戸田市議会委員会室

次第:1.戸田市の紹介

2.戸田市政策研究所の紹介(組織体制・研究活動)

3.戸田市シティセールス戦略の概要について

4.戸田市広報戦略の概要等について

5.シティセールスの効果と課題について

6.人口減少社会を勝ち抜くために～松戸市を分析する～

【研修報告】

1.戸田市の紹介



神保国男戸田市長の紹介。

総人口、平均年齢、高齢化率、年間人口流動等のデータから、戸田市のSWOT分析を行い、戸田市の強みを紹介する。

SWOT分析とは、s:強み、W:弱み、O:機会、T:脅威の頭文字をとっており、企業や事業の成功要因を導き出し、取るべき方策を示唆する協力的なビジネスフレームワークである。

戸田市はSWOT分析を基に、地域の優位性等を分析し、それをシティプロモーションとして活用している。

2.戸田市政策研究所の紹介(組織体制・研究活動)

平成20年4月 『戸田市政策研究所』県内初の自治体シンクタンクを設置

戸田市全体の政策形成力を高め、政策を的確に実践していく。また、市長直轄組織で、外部から

学識経験者1名のみ採用している。

法政大学地域研究センター、目白大学社会学部社会学科との共同研究なども行っている。

3.戸田市シティセールス戦略の概要について

そもそもシティセールスは5つの類型に分けられる

- 1 観光型
- 2 産物型
- 3 居住地型
- 4 企業誘致型
- 5 イベント型

戸田市は3の居住地型であるとのこと。

つまり、3の居住地型を基に、シティセールスの基本方針、目的と策定と進めている。

そして次にターゲットの絞り込み。

戸田市の人口移動実態調査を基に、どの市町村に転出入しているのか、どのような理由で転出入しているのかを調査。

その中で、例えば『25歳から39歳までの階層の6割が5年未満で転出する』等の事実が発見される。

次に、若者世帯意識調査をし、ターゲットにあわせた事業展開をしていく。

例)市内バスツアー、戸田子育てサロンなど

4.戸田市広報戦略の概要等について

- ①「戸田市広報戦略」策定 3つの基本目標を掲げる
- ②プレスシートの改善 記者クラブに目立ち、わかりやすいプレスシートに改善
- ③記者クラブとの連携
- ④フィルムコミッション設立プロジェクト TVに取り扱ってもらう工夫

※参考 『tocoぷり』というアプリを開発。市の情報を知るだけでなく、市民同士で情報の共有ができるという仕組みづくり。

5.シティセールスの効果と課題について

フィルムコミッション設立プロジェクトにより、TVで取り上げられる実績が上昇し、戸田市の名前の情報発信に寄与している。

都市イメージ強化プロジェクト 人口増減率 平成26年 戸田市第6位(松戸市は圏外)

民間マンションのパンフレットから戸田市の宣伝をされる。

★今後について

職員の「シティセールス」に対する理解を深める。外部団体や民間企業などと積極的な連携をしていく。課題を具体的に展開していく。

6.人口減少社会を勝ち抜くために～松戸市を分析する～

データを基に松戸市の分析を行った。

まずはデータ調査を行い、松戸市の強みからはじめるべきである。

【まとめ】

正直戸田市行政はかなり進んでいる。

なぜかと言えば、行政が『管理』『運営』から『経営』に切り替えているからである。

民間企業は必死になって、顧客確保のために、経営戦略、マネジメントの勉強をしている。

戸田市のすごいところは、民間企業に負けない位の経営戦略を立てていることである。

というか、民間に負けたくないという信念が、逆に民間に頼らないで行政独自の戦略という段階に入っている。

これには正直驚いた。

進んでいる行政はまずは民間導入。しかし、戸田市はその一歩先に行く、『行政の自立』。

これからの地方創生を生き抜くには、『行政の自立』がキーワードであると改めて感じた。



※キャッチコピーとロゴマークを公募からスタートをし、

5つに絞った上で、市民による投票を行っている。まさに、市民参加型の手法である。

以 上